

Portrék arcok nélkül

Jagicza Patrícia képeiről

Ha hihetünk Arisztotelésznek, és az ember tényleg a legutánzóbb állat, aki kisgyermek kora óta örömet leli az utánzásban, és éppen ezáltal tanul, akkor a portré a leggyönyörködtetőbb műfajok egyike. Hiszen nemcsak egy valós tárgyat vagy helyet mutat meg, mint a csendéletek és a tájképek, hanem egy hozzánk hasonló valódi embert, nemcsak külsejét, hanem ha igazán jól sikerült műről van szó, egész habitusát, pillanatnyi lelkiállapotát. Ebből következően nem lehet véletlen, hogy a portré szorosan összeforrt az arccal; a legszemélyesebb egyedi megkülönböztető jegyünkkel.

Jagicza Patrícia portrészorozatában háttal állnak az alanyok, nem látunk mást, mint ruhájukat és frizurájuk egy részét. Azonosíthatatlanok? Igen. Felismerhetetlenek? Nem. Barátaik számára biztos, hogy nem, hiszen nem csak akkor ismerjük fel közeli ismerőseinket, ha pontosan szemben állnak velünk, és jól látjuk az arcukat. Felismerjük őket a magasságukról, járásuk ritmusáról, arról az egyedi és megismételhetetlen mozdulatról, ahogy megigazítják a hajukat, vagy fázósan összehúzzák magukon a kabátot. A barátság éppen ezen finom, utánozhatatlan mozdulatok, a hangszínek, árnyalatok ismertségét és otthonosságát jelenti, amikor a „ki vagy?” kérdésre egyértelmű, pontos és érthető felelet az, hogy „én!”. Jagicza portréin az átlagos néző kívül kerül ezen a körön, és negatív felismerésén keresztül kénytelen saját hiányos tudásával a festmény anyagi valóságával szembesülni.

53

A luchadorákat (mexikói maszkos birkózónőket) ábrázoló képek más-hogy teszik fel ugyanezt kérdést: mit jelent valakinek lenni? A maszk ősi eszköze az átváltozásnak, hiszen nemcsak eltakarja az arcát viselőjének, hanem egyúttal egy új személyiséget, egy második identitást is ad neki. Ki tagadná, hogy ezek az álarcot viselő, csempézett fal előtt álló nők a maguk választotta szerepükben felismerhetők és megkülönböztethetők? Ha levennék a maszkjukat, éppen felismerhetlenné, hétköznapivá válnának, eltűnnének a tömegben. Az ő valódi arcuk ez a festett bőr, ez az, ami megkülönbözteti őket egymástól és a világtól.

A múzeum fogalma látszólag idegen témánktól. Egy intézmény, melynek feladata, hogy gyűjtse, védje, kutassa és kiállítsa a műtárgyakat, mit keresne egy a személyiség és az arc kapcsolatát vizsgáló gondolatmenetben? Mi történik ezen az öt képen, ahol a portréalanyok arcát reklámszatyrok takarják? Négy múzeum (Centre Pompidou, Tate, Essl Museum, Punta della Dogana) és egy könyvkereskedés (Walter König Buchhandlung) reklámja fedi el az arcokat, a személyiség biztosítékát ezeken a képeken. Talán ott kell keresnünk a megoldást, hogy a múzeumok saját márkává, brandekké váltak: sajátos műgyűjtési és kiállítási technikáik egyben stílusjegyek is, amelyek szavatolják a tartalmat, a kiállított műalkotások milyenségét. Ezzel a márkaépítéssel azonban óhatatlanul együtt jár a reklám igénye is: fel kell építeni, tudatosítani kell a fogyasztókban a termék nevét, elérhetőségét. Divatossá kell tenni. „Neve, ha van, csak



áruvédjegy”, írta József Attila, ez a védjegy azonban óhatatlanul visszahat magára a műre is: a Mona Lisa mást jelentene, ha nem a Louvre-ban lenne kiakasztva, és az Elgin-márványok sem hatottak volna ilyen erősen a klasszicizmusra, ha eredeti helyükön maradnak, Athénben. Ez a hatás azonban nem feltétlenül csak pozitív lehet; egy gyűjteményben lenni vagy egy kiállításon szerepelni egyszerre egyfajta értelmezés is, amitől nem szabadulhat sem a mű, sem az alkotója. A kurátorok egyben értelmezők és a múzeumi tér urai is, amennyiben megszabják, hogy mi és hogyan kerülhet a nyilvánosság elé. A kifelé élvezetet, problémamentességet sugárzó kirakatok mögött súlyos szakmai viták dúlhatnak, érdekcsoportok hadakoznak, fojtogató lehet a légkör a folyamatos, szükségszerű megalkuvástól. Ahogy a reklámszatyrok sem engedik friss levegőhöz a portrék alanyait.

Gárdonyi László



55

Gettó szupersztár



Irány Bp!



57

Usanka



Love-o-meter